PILARH OPDF

RED KATALYSIS

Red FASCO
Red Financiera de Asociaciones Comunitarias

INAISE

VI ENCUENTRO DE FINANZAS RURALES

Oportunidad de Negocios para el Desarrollo Sostenible

retos y desafíos para el 2030

"Remesas, ahorros y energía renovable"

Panel 5
“Ahorros y Remesas”
Estrategias, nuevos productos y canales de distribución

Raúl Gómez Velásquez
Financial Inclusion & Digital Financial Advisory Services
Jueves 21 de septiembre del 2017

¿Por qué hacer remesas?

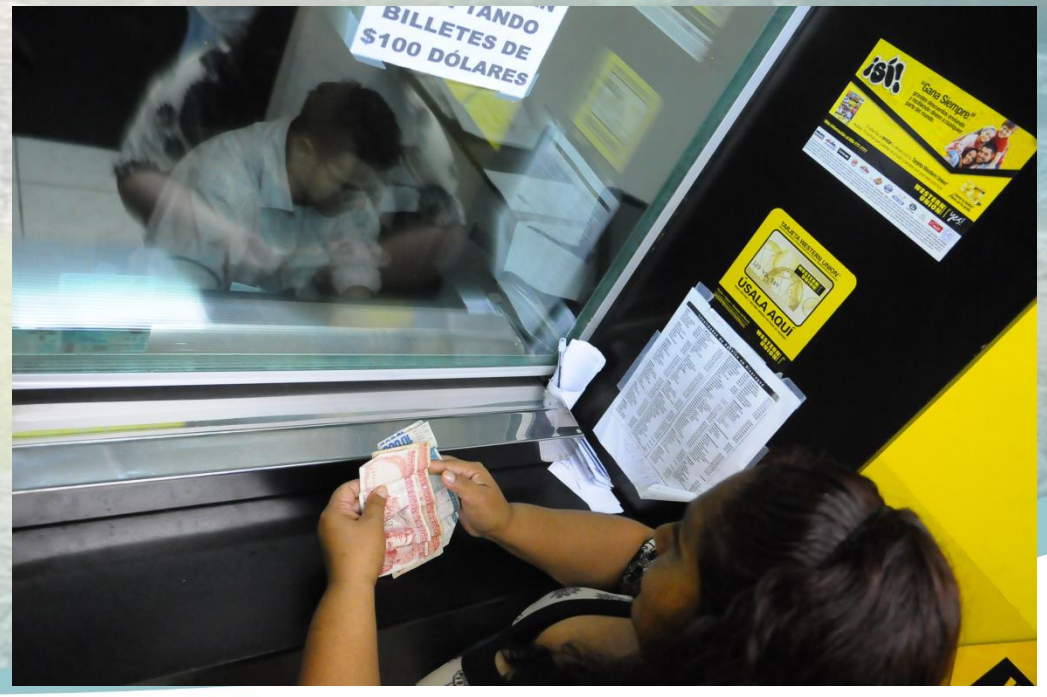
- El enfoque del negocio no es transaccional, sino de relación con el cliente.
- Penetración de mercado local – Generación de tráfico en agencias.
- Brinda la oportunidad de bancarizar al receptor. Incentivar su uso productivo.
- Banca tradicional es lejana al mercado meta, IMFs más apropiadas para bancarizar.
- Producto “Gancho” para venta cruzada con receptores.
- Impacto en la imagen institucional.
- Infraestructura operativa ya existe en la agencia.
- Ingresos por comisiones y diferencia cambiaria.
- …

A tener en cuenta

- Requiere de alianzas estratégicas de mucha confianza – Riesgos de reputación y de desempeño.
  - Empresa remesadora
  - Empresa de transporte de caudales

- Costoso montar infraestructura – Poca rentabilidad a corto plazo
  - Inversión en tecnología
  - Inversión en recursos humanos
  - Transformación cultural
  - Nuevos procesos

- Difícil penetrar el mercado al inicio.
- Manejo de liquidez en las agencias.
- Posible incremento de liquidez ociosa.
- Impacto en los niveles de atención.



Y en ahorros… ¿Qué busca el cliente?

ACCESO
- Costo transaccional bajo
- Cobertura (proximidad física)
- Experiencia multicanal

SEGURIDAD
- Respaldo y retorno
- Tranquilidad
- Seguro de depósitos

CONVENIENCIA
- Simplicidad en los procesos
- Portafolio de productos
- Horarios convenientes

RENDIMIENTO
- Tasas competitivas
- Rendimiento positivo frente a la inflación
- No desahorro

La combinación de productos ofrece alternativas de conveniencia y rendimiento para los ahorrantes

Estrategia de canales

TRADICIONAL: Red de agencias y que los clientes vengan a mí:

- Costos
- Cobertura
- Implementación lenta

Modelo con enfoque en procesamiento de transacciones.

Experiencia: Silos

MODERNA: Ir hacia los clientes:

- Canales alternativos
- Alianzas estratégicas
- Implementación rápida

Modelo con enfoque en las necesidades de los clientes

•Experiencia: Integral

Canales de atención

ATMs

Operaciones por Internet

Agente Corresponsal

Banca Móvil

Kiosco Financiero

Agencia

Operaciones vía Telefónica

POS

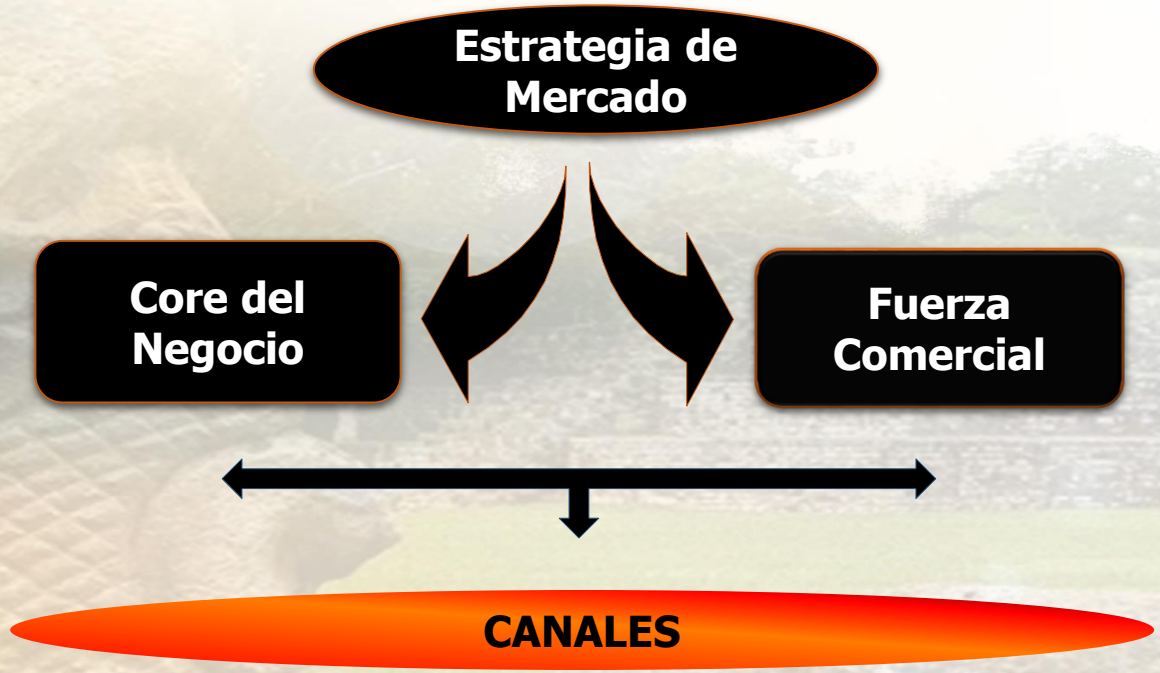
El cliente hoy se comunica con su entidad financiera a través de diferentes canales y dispositivos.

Estrategia de canales

Las instituciones deben buscar:

- Una estrategia de canales “balanceada”.
- La integración y coordinación entre sus canales.
- La transformación de las agencias a un rol de atención y servicio al cliente.

Los canales permiten…



- Posicionar la marca.
- Ofrecer los servicios a menor costo de operación. Niveles de eficiencia.
- Contribuir al mejoramiento de los indicadores comerciales y de servicio.
- Descongestionar la operación de las agencias.
- Conveniencia para los clientes.
- Mayor profundización del mercado actual.
- Penetrar nuevos mercados
- Mayor cobertura de servicio.

Lecciones aprendidas

- Los clientes de ahorros valoran en primer lugar la Seguridad, en segundo lugar la Conveniencia y en tercer lugar el Rendimiento.
- Las mujeres son mejores clientes de ahorros.
- Dar al cliente lo que quiere, no lo que las instituciones creen que el cliente quiere.
- La imposibilidad de tener acceso a servicios financieros adecuados, obliga a los clientes a recurrir a mecanismos informales.
- Tener un portafolio de productos y servicios para satisfacer sus necesidades.
- La tecnología por sí sola no es la solución.
- Ir hacia los clientes, y no esperar que vengan a nosotros.

¡Muchas Gracias!

Raúl Gómez Velásquez
Financial Inclusion & Digital Financial Advisory Services
Jueves 21 de septiembre de 2017